

nicht nur zu bewerten, sondern zuerst abzuschätzen. Jeder, der sich mit komplexen Systemen auseinandersetzen hat, weiß, wie schwierig es ist, die Folgen von Entscheidungen überhaupt zu bestimmen. Gerade in komplexen (oder gar chaotischen) Systemen konterkarieren die unbeabsichtigten Nebenwirkungen von Handlungen die ursprünglichen Intentionen. Damit stellt sich für die Wirtschaftsethik die Frage, ob und wie Organisationen und Individuen überhaupt Verantwortung für ihre Entscheidungen übernehmen können, eine Diskussion, die gerade in der deutschen wirtschaftsethischen Literatur sträflich vernachlässigt wurde.

Eine Neuformulierung des Arbeitsbegriffs versucht Torsten Meireis, der das utilitaristische Arbeitsverständnis ablösen möchte durch ein jüdisch-christliches. Für die utilitaristische Wirtschaftstheorie muß die „erlittene“ Arbeit durch Konsum entschädigt werden. Es ist daher kein Wunder, daß Ökonomen zwar den souveränen Konsumenten kennen, nicht aber den arbeitenden Menschen, der in seiner beruflichen Tätigkeit sich selbst bestimmt und mitgestaltet. Für Meireis ist Arbeit jedoch Sinnerfüllung und Teilhabe an der Gesellschaft. Meireis legt hier den Finger auf die schwache Stelle beinahe sämtlicher Wirtschaftstheorien, die vermutlich unter der Rücksicht eines veränderten Arbeitsverständnisses beträchtlich revidiert werden müßten.

Die Konjunktur der Wirtschaftsethik ist längst abgeflaut. So ist dieses Buch erfreulich unzeitgemäß, weil es an die ungelösten Probleme erinnert und ihre Lösung anmahnt. Es ist glücklicherweise auch kein philosophisches Buch, sonst hätten sich die Autoren wahrscheinlich doch in den Fallstricken von Letztbegründungsdebatten verfangen; sie wenden sich an Bürger, Unternehmer, Gewerkschafter und Politiker, die ihr praktisches Urteilsvermögen an komplexen und drängenden Fragen schärfen wollen. *Ottmar Edenhofer*

*Wahrheit als Medienqualität.* Bd. 3: Beiträge zur Medienethik. Hg. v. Wolfgang WUNDEN. Frankfurt: Gemeinschaftswerk der Evang. Publizistik 1996. 280 S. Kart. 39,80.

Der erste von W. Wunden herausgegebene Sammelband mit medienethischen Aufsätzen (Medien zwischen Markt und Moral, 1989) hatte noch kein

spezifisches Oberthema. Der zweite (Öffentlichkeit und Kommunikationskultur, 1994) ging vom Veröffentlichen als Grundfunktion der Medien aus. Der vorliegende dritte Band versammelt Arbeiten zur Wahrheitspflicht der Medien, und zwar unter dem moralisch weniger aufgeladenen Stichwort „Medienqualität“. (Den geplanten vierten Sammelband zur Medienethik will Wunden unter das Oberthema „Medienfreiheit“ stellen.)

Der hier zu rezensierende dritte Band enthält insgesamt 16 Beiträge, darunter fünf lesenswerte Grundsatzartikel. Da ist die kompakte Auskunft eines Ethikers (Dietmar Mieth), warum die Wahrheitspflicht so grundlegend für menschliche Kommunikation ist und wie sie in den ethischen Modellen begründet wurde. Dann kritisiert der Kommunikationswissenschaftler Günter Bentele klar den radikalen Konstruktivismus und zeigt auf, in welcher Weise das journalistische System „die Wirklichkeit“ doch abbilden kann bzw. diese Selbstverpflichtung nicht aufgeben darf. Die katholische Soziallehre hält demgegenüber, wie Giso Deussen nachzeichnet, einerseits an der Erkennbarkeit und Vermittelbarkeit von Wahrheit fest, betont aber andererseits auch den Wert der Freiheit, was seit 30 Jahren zu einem demokratischen Medienverständnis und zum Verzicht auf Zensur geführt hat.

Während man Wahrheit und Objektivität meist durch einen konsensualen und transparenten Erkenntnis- und Vermittlungsprozeß zu gewährleisten sucht, geht Horst Pöttker den originellen Weg einer inhaltlichen Bestimmung: Die Journalisten müßten in ihren Berichten die mittel- und langfristigen Konsequenzen der Optionen und Handlungen von Bürgern (z. B. ökologischer Art) verdeutlichen; so könnten sie dem Erlebnis der Folgenlosigkeit und damit der Entfremdung entgegenwirken, das man oft gegenüber bürokratischen Systemen hat. In seiner Aktualisierung des Habermasschen „Strukturwandels der Öffentlichkeit“ räumt schließlich Klaus Eder ein, daß es heute ein quantitatives Übergewicht an „Erlebniskommunikation“ gebe; aber die politische Öffentlichkeit müsse – wenigstens existente Empörung über Mißstände – weiter als latent existent gedacht werden und mobilisierbar sein.

Daneben gibt es interessante medienanalytische Beiträge, von denen drei herausgegriffen

seien. Da ist der Vergleich von „Münchner Merkur“ und „Süddeutscher Zeitung“ in einem konkreten Fall (durch Eduard W. P. Grimme). Ergebnis: Die beiden Zeitungen folgten in Recherchebemühung und Nachrichtenwiedergabe vor allem den wirtschaftlichen Interessen und politischen Gebundenheiten des eigenen Verlags, oder sie ließen ihre Leser mit einer unkommentierten Gegenüberstellung von Stellungnahmen allein. Michael Haller stellt daher mit Recht die Frage nach der Verantwortung für die Wahrheit; da gibt es nicht nur die Sorgfaltspflicht des einzelnen Journalisten, sondern auch eine zu verantwortende Nachrichtenpolitik und ein entsprechendes Redaktionsmanagement in der Medienorganisation. Die Qualität von Nachrichten hängt ferner von der „Richtigkeit“ der Agenturmeldungen ab, die meist unter großem Zeitdruck entstehen. In seinem Sammelbericht über die Accuracy-Forschung und über eigene Untersuchungen (Wie krank war Honecker wirklich?) belegt Lutz M. Hagen die alltäglichen Schwächen von Agenturmeldungen, die freilich meist nur Details betreffen.

Insgesamt ist es Wolfgang Wunden gelungen, Beiträge von einem beachtlichen Spektrum zu versammeln und gleichzeitig die systematische Frage nicht aus dem Auge zu verlieren, wie eine an Wahrheit orientierte Qualität der Medien zu sichern sei und wer sie zu verantworten habe.

Rüdiger Funiok SJ

*Grundfragen der Kommunikationsethik.* Hg. v. Rüdiger FUNIOK. Konstanz: Universitätsverlag 1996. 144 S. Kart. 38,-.

Die Vermarktung der Medienlandschaft und das Eindringen medialer Berichterstattung in den Intimbereich („Yellow-Press“, „Reality-TV“) stellt der Öffentlichkeit die Frage nach einer Ethik der medialen Kommunikation mit neuer Aktualität. Zunehmend setzt sich hier eine strukturelle Sichtweise durch: Medienethik nicht nur, aber auch als Ethik der medialen Kommunikationsstrukturen, in der die verschiedenen Ebenen (metaethisch, gesellschaftspolitisch, medienpolitisch, organisationstheoretisch, berufsethisch, persönlich) aufeinander bezogen und doch klar unterschieden werden.

In dem vorliegenden Sammelband finden sich

sieben Beiträge der 1994 in München abgehaltenen Veranstaltung „Grundprinzipien einer Kommunikationsethik“, die sich vier Themenbereichen widmete: der ethischen Begründung der Grundnorm Wahrhaftigkeit, dem Beitrag von Systemtheorie und Diskursethik zu einer Ethik medialer Kommunikation und der Rolle der Rezipienten.

Dietmar Mieth stellt im ersten Beitrag seine Begründung der Grundnorm „Wahrhaftigkeit“ mittels eines Konvergenzarguments vor; ein Beitrag, der trotz aller Kürze einen differenzierten Einblick eröffnet und die verschiedenen Begründungsstrukturen universaler und partikulärer Art auch Nichtfachleuten nahebringen kann und deutlich macht, daß das Wahrheitsgebot wesentlich mehr umfaßt als bloß die Frage nach der Falschaussage.

Die Beiträge von Manfred Rühl und Norbert Brieskorn stellen beide breit die Grundzüge der Luhmannschen Systemtheorie vor, wodurch bereits die systemtheoretische Analyse der Medien sehr kurz ausfällt; die Bedeutung der Systemtheorie für eine Ethik medialer Kommunikation wird bestenfalls angedeutet. Schmerzlich vermißt man einen kritischen Blick auf das Mediensystem selbst und auf die (Dys-)Funktionalität von Marktstrukturen im Mediensystem. Insgesamt bleibt in beiden Beiträgen die Bedeutung der Systemtheorie für eine Medienethik unklar.

Demgegenüber erweisen sich die Beiträge von Edmund Arens und Walter Lesch über den Beitrag der Diskursethik als außerordentlich fruchtbar. Arens legt neben der Wahrhaftigkeit insbesondere die Gerechtigkeit als zentrale Kategorie einer Medienethik dar und schlüsselt sie nach den Begriffen Partizipation, Emanzipation und Advokation auf. Als zentrales Kriterium gilt ihm, ob und inwiefern massenmediale Kommunikation „partizipatorische Formen von Kommunikation anzielt, unterstützt und ermöglicht“ (96). Insgesamt erweisen beide Autoren die Diskursethik als Möglichkeit, ein kritisches Instrumentarium zur ethischen Beurteilung kommunikationsethischer Strukturen zu entwickeln.

Die Beiträge von Rüdiger Funiok und Wolfgang Wunden wiederum räumen mit der Mär von den machtlosen Konsumenten auf, die den Medienmachern auf Gedeih und Verderb ausge-